

Proses Produksi Berita Mengenai Umkm Area Yogyakarta Di Pikiran-Rakyat.Com

Khansanida Defta Maura¹, Almira Shabrina²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia,
mauradetta@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia,
shabrinaalmira@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Technological developments provide various benefits to humans. The use of the internet which is now very commonly used by many groups of people, not only modern society but the world community is currently impacting developments in the field of internet digitization technology which is growing rapidly. One of them is the development of new media in the form of editorial and online journalism from editorial media that has a vision of supporting the movement of the economic independence ecosystem, one of which is supporting the development of regional MSMEs. The purpose of this work's design is to discuss the process regarding the production of MSMEs news in the Yogyakarta region at Pikiran-Rakyat.com. The author uses literature review, observation, and interviews methods in designing the design of this work. The result of this work's design is that a news article with the title "Break through the International Market, Watch the Success Stories of MSMEs Actors who Become Pottery Craftsmen" generates more reader interest than the news article entitled "MSMEs Shintas Woven Bag: Starting from a Pandemic to Empowering Housewives". As well as in its production it has corresponded with the Standard Operation Procedure (SOP) of news production.

Keywords: online journalism, new media, editorial, news production, MSMEs

Abstrak

Perkembangan teknologi memberikan berbagai manfaat pada manusia. Pemanfaatan internet yang kini sangat lazim digunakan oleh banyak kalangan masyarakat, tidak hanya masyarakat modern saja namun masyarakat dunia saat ini memberikan dampak perkembangan di bidang teknologi digitalisasi internet semakin berkembang pesat. Salah satunya adalah berkembangnya media baru berupa redaksi dan jurnalistik online dari suatu media redaksi yang memiliki visi mendukung pergerakan ekosistem kemandirian ekonomi yang salah satunya yakni mendukung perkembangan UMKM daerah. Tujuan perancangan karya ini adalah untuk membahas mengenai proses produksi berita mengenai UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com. Penulis menggunakan metode kajian pustaka, observasi, dan wawancara dalam merancang perancangan karya ini. Hasil dari perancangan ini adalah artikel berita dengan judul "Tembus Pasar Internasional, Simak Kisah Sukses Pelaku UMKM yang Menjadi Pengerajin Gerabah" lebih banyak menghasilkan minat pembaca dibandingkan dengan artikel berita yang berjudul "UMKM Shintas Woven Bag: Berawal dari Pandemi hingga Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga". Serta dalam produksinya telah sesuai dengan *Standard Operation Procedure (SOP)* produksi berita.

Kata kunci : *jurnalistik online, media baru, redaksi, produksi berita, UMKM*

I. PENDAHULUAN

Belakangan perkembangan teknologi dan informasi di era digitalisasi yang terjadi rupanya sangat membawa dampak yang cukup besar pada kehidupan manusia, seperti kemudahan dalam mengakses data, informasi, dan menjalin komunikasi tanpa keterbatasan ruang dan waktu dibantu dengan adanya jaringan internet. Hal tersebut menjadikan perkembangan internet pada tatanan kehidupan masyarakat pada saat ini terus berkembang pesat. Salah satu negara yang ikut serta merasakan perkembangan tersebut yakni Indonesia. Dibuktikan dengan adanya pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat pada setiap tahunnya dan kini telah mencapai 204,7 juta pengguna per Januari 2022, dimana hal tersebut menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena dampak dari adanya perkembangan teknologi tersebut.

Sementara itu, berdasarkan data yang bersumber dari wearesocial.com, terdapat data yang menyajikan bahwa penggunaan internet paling banyak yakni aplikasi mengirim pesan, media sosial, dan mesin pencarian atau portal web yang menduduki peringkat tiga teratas yang paling banyak diakses atau dikunjungi. Hal tersebut kemudian mendukung adanya percepatan informasi yang terjadi lantaran lahirnya media baru, yakni media *online*.

Media *online* merupakan media baru yang lahir pada media massa, yang dimana dalam penggunaannya memanfaatkan jaringan internet untuk menyebarkan berita ataupun informasi. Peran dari internet dalam media *online* yakni membantu untuk menyebarkan berita atau informasi tersebut ke seluruh penjuru dunia dengan efektifitas dan waktu yang cepat. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu kemajuan dari media massa, yang dulunya menggunakan media konvensional sebagai media penyebaran, kini sudah hadir media *online* sebagai suatu perkembangan yang lebih modern. Pada media massa saat ini, penggunaan media *online* sudah tidak awam lagi digunakan oleh banyak kalangan, baik seorang profesional jurnalis dengan menulis segala sesuatu mengenai berita menggunakan media blog maupun website maupun khalayak yang *gamar* menulis berita tersebut kemudian dikategorikan sebagai seorang jurnalis warga (*citizen journalism*) pun juga sudah banyak yang memanfaatkan media *online* sebagai media penyebaran berita atau informasi. Menurut definisinya, media massa memiliki keterhubungan dengan dunia jurnalistik. Media massa merupakan sarana penyampaian pesan kepada masyarakat luas, sementara jurnalistik merupakan suatu seni dalam pemberitaan. Keduanya saling berkesinambungan sehingga memunculkan adanya jurnalistik *online* (*online journalism*) yang didalam prakteknya jurnalistik *online* juga memanfaatkan adanya internet untuk penyebaran berita, baik seorang jurnalis profesional yang memang bekerja di sebuah portal berita formal maupun seorang jurnalis warga yang menulis untuk blog-nya. Sehingga kemudian muncullah situs portal berita, blog, forum, situs komunitas, dan sebagainya, yang menjadi wujud dari jurnalistik online tadi.

Perkembangan jurnalistik *online* membuat sebuah konvergensi dari media konvensional ke media digital. Perubahan tersebut terjadi di beberapa media di Indonesia, seperti Kompas, Jawa Pos, Tempo, Republika, Pikiran Rakyat, dan lain-lain. Pada media Pikiran Rakyat, dimana awalnya merupakan perusahaan surat kabar cetak yang telah berdiri sejak tahun 1966. Namun, seiring kemunculan alamat domain pada pertengahan 1990-an yang bisa dikelola baik oleh perusahaan maupun perorangan, Pikiran Rakyat melihat perkembangan tersebut sebagai sebuah peluang. Oleh sebab itu, pada tahun 1996 Pikiran Rakyat membuat PR Digital. Sejak saat itu, PR Digital terus mengembangkan edisi digitalnya. Selama dekade itu pula, mereka mulai menangani secara khusus berbagai *platform* media sosial. Dengan mengusung konsep “Ekonomi Kolaboratif”. Pikiran Rakyat kemudian bergerak lebih jauh lagi dengan melahirkan *platform* Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Dimana dalam publikasinya, PRMN memanfaatkan salah satu media *online* seperti portal berita yang disebut dengan Pikiran-Rakyat.com.

Pikiran Rakyat Media Network berada dibawah nama PT. Kolaborasi Mediapreneur Nusantara dengan visi menjadi perusahaan yang mampu menggerakkan ekosistem kemandirian ekonomi di seluruh Indonesia, mereka menyadari betul bahwa kini banyak anak muda mejadi seorang *Content Creator* yang mampu bekerja di mana saja tanpa harus selalu bermigrasi ke kota besar untuk berpenghasilan. Sayangnya, di tengah perkembangan industri digital yang begitu massif, banyak pula informasi keliru yang beredar di tengah masyarakat. Oleh karena itu, agar masyarakat tidak tersesat dalam labirin hoaks, maka perkembangan tersebut harus diimbangi dengan adanya *Content Creator* yang mampu menjaga mutu konten tetap berkualitas.

Untuk merealisasikan tujuannya, Pikiran Rakyat Media Network kemudian menciptakan kolaborasi (kemitraan) dengan berbagai pihak, salah satunya diwujudkan dengan berpartisipasi dalam program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka yang diselenggarakan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. melalui program *internship* ini, PRMN membuka posisi *Content Creator* Pikiran-Rakyat.com bagi mahasiswa dari berbagai daerah untuk bersama-sama membangun bisnis digital yang profesional dan independen. Di sisi lain, program ini juga dirancang untuk membekali mahasiswa berbagai kemampuan yang dibutuhkan di industri konten digital, khususnya teks, dalam rangka mencapai kemandirian ekonomi dari produk yang dihasilkannya. Selain itu, sesuai dengan misinya untuk membangun inkubator kemandirian ekonomi dengan tujuan membuka lapangan kerja seluas-luasnya, PRMN membekali mahasiswa peserta *internship* dengan pengetahuan dan pengalaman mengolah konten digital, mulai dari perencanaan, strategi SEO (*Search Engine Optimization*), gramatika kepenulisan, teknik penulisan media massa, rambu-rambu jurnalistik, pembuatan konten kreatif, pemasaran konten, hingga kita-kiat dalam melakukan liputan lapangan. Melalui proses kerja inilah, mahasiswa selaku penggerak dalam program Kampus Merdeka diharapkan mampu memahami perkembangan tren digital dan menjadi insan kreatif yang mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan dunia kerja.

Dengan memiliki visi yang mendukung atas pergerakan ekosistem kemandirian ekonomi di seluruh Indonesia, salah satunya seperti mendukung perkembangan pelaku UMKM di daerah. Hal tersebut lantas mendorong Pikiran Rakyat Media Network untuk membuat sebuah proyek yang diperuntukan bagi peserta *internship Content Creator* Pikiran-Rakyat.com dengan mengusung tema mengenai isu pelaku UMKM di Indonesia. Sebelumnya Pikiran-Rakyat.com sudah banyak memproduksi artikel berita yang bertemakan isu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang kemudian setelah ditelaah, artikel berita dengan isu-isu mengenai UMKM banyak mencuri perhatian khalayak. Hal tersebut terlihat dari data *Google Analytics* Pikiran-Rakyat.com yang menunjukkan bahwa 23.115.015 halaman konten dengan kata kunci “UMKM” yang dimuat di portal Pikiran-Rakyat.com telah diakses dengan skala yang cenderung stabil.

Namun dalam memproduksi artikel berita mengenai isu-isu UMKM, khususnya pada update data pelaku UMKM di daerah Indonesia terdapat hambatan dan permasalahan yang terjadi seperti tidak adanya data terbaru pelaku UMKM yang masih berjalan hingga saat ini serta informasi terkait berita-berita tentang bisnis yang digeluti oleh pelaku UMKM di Indonesia. Hingga tidak tercapainya beberapa produksi karena keterbatasan data yang dimiliki, sebab itu perlu melakukan penguatan arsip data. Kemudian muncullah proyek tersebut yakni pengumpulan dan pengolahan database pelaku UMKM di Indonesia. Dimana dalam proses pelaksanaannya dilakukan secara berkelompok yang terdiri dari 4 orang yang diberikan tugas untuk mencari dan mengumpulkan data sesuai dengan wilayah yang ditugaskan kepada masing-masing kelompok dengan minimum data 600 pelaku UMKM dan output dari database tersebut kemudian diolah menjadi artikel berita sebanyak 2 artikel berita yang mengangkat isu mengenai UMKM.

Pada pelaksanaannya, penulis bersama dengan tiga rekan kerja lainnya mendapatkan wilayah Yogyakarta yang tergabung dalam satu tim yaitu Tim 7. Sehingga selama kurun waktu satu bulan, penulis bersama dengan tim fokus untuk mencari dan mengumpulkan database UMKM di Yogyakarta melalui media sosial hingga berbagai *market place* digital. Demi memudahkan proses pengerjaannya, kelompok kami membagi kerja dengan cara setiap orang wajib mengumpulkan data minimum 4 database pelaku UMKM per hari. Di samping mencari dan mengumpulkan 600 database UMKM, penulis dan tim juga melakukan riset kepada pelaku UMKM yang telah didapatkan. Proses riset dan pengambilan datanya sendiri dilakukan dengan studi pustaka, observasi, dan mewawancarai dua pelaku UMKM di Yogyakarta sebagai perwakilan pelaku UMKM dari database yang didapat. Setelah mendapatkan data dan informasi yang cukup lengkap dari pelaku UMKM, baru kemudian data dan informasi tersebut diolah menjadi dua buah artikel berita yang mendalam tentang UMKM yang kemudian dipublikasi di portal Pikiran-Rakyat.com.

Output yang dirancang oleh penulis dan tim merupakan tema dan fokus dari perancangan karya ini yaitu proses produksi berita 2 UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com. Sementara sebelumnya juga terdapat perancangan terdahulu yang juga membahas mengenai UMKM, diantaranya yang berjudul “Pembuatan Website Untuk UMKM “Sist Cake Cakery & Bakery” oleh Aureus (2022). Pada penelitian tersebut membahas tentang bagaimana perancangan *website* yang dapat memudahkan UMKM “Sist Cake Cakery & Bakery” dalam penjualannya, dimana perbedaan dari perancangan ini terletak pada fokus perancangan yakni mengenai kemampuan *website* dalam meningkatkan efektifitas penjualan. Kedua, “Pembuatan Website Media Promosi sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM “Iced Coffee” oleh Devito (2022). Pada penelitian kedua ini membahas tentang bagaimana perancangan *website* sebagai media promosi UMKM Iced Coffee dalam meningkatkan pendapatan. Perbedaan dari fokus ini terletak pada fokus perancangan yakni mengenai perancangan website secara mendalam untuk meningkatkan nilai pendapatan pada penjualan. Perbedaan dari perancangan yang dilakukan oleh penulis dengan kedua perancang sebelumnya untuk mengetahui bagaimana proses produksi berita 2 UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com sebagai website portal berita, maka peneliti mengambil judul perancangan “PROSES PRODUKSI BERITA 2 UMKM AREA YOGYAKARTA DI PIKIRAN-RAKYAT.COM”.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dapat diidentifikasi adalah “Bagaimana proses produksi berita mengenai UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com?”. Tujuan pembuatan karya ini adalah membahas mengenai proses produksi berita mengenai UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com. Serta manfaat dari pembuatan karya ini adalah menjadi referensi tinjauan ilmiah penelitian berikutnya mengenai proses produksi berita dalam pemberitaan UMKM, memberi manfaat dan sumbangan ilmu dalam kajian komunikasi massa khususnya mengenai proses produksi berita dalam pemberitaan UMKM, dapat menjadi referensi bagi praktisi jurnalistik online mengenai proses produksi berita dalam pemberitaan UMKM, dan dapat menjadi tolak ukur dan perbandingan dalam pembuatan artikel berita di Pikiran-Rakyat.com kedepannya.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu hal yang ikut berkembang seiring perkembangan ilmu pengetahuan manusia. Komunikasi massa sendiri menurut Rezi (2018) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses pesan-pesan yang disampaikan atau disiarkan melalui saluran-saluran penyampaian pesan (*media channel*) seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, film, dan media online internet yang telah dipersiapkan, diolah, kemudian dipublikasikan kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. Dalam penyalurannya, media massa memiliki beberapa saluran yang diklasifikasikan menjadi tiga, yakni media massa cetak, media massa elektronik, dan media massa online. Selain itu media massa dapat diartikan juga sebagai sebuah penyebaran informasi atau berita kepada khalayak luas dengan berbagai macam saluran yang dimana sebelumnya telah dipersiapkan dengan matang dengan kurun waktu yang cepat. Hal tersebut rupanya tidak jauh berbeda dengan definisi teori jurnalistik menurut Junaedhi (1991), jurnalistik merupakan suatu aktifitas dalam komunikasi yang dalam pelaksanaannya dengan cara menyiarkan suatu pemberitaan mengenai suatu kejadian yang bersifat umum dan terkini, dengan waktu yang secepat-cepatnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa media massa dan dunia jurnalistik memiliki keterikatan yakni sama-sama menyiarkan atau mempublikasi suatu informasi atau berita. Atau dapat juga dikatakan bahwa jurnalistik merupakan salah satu bentuk dari media massa.

B. Media Baru

Mulyana (2008:70) dalam Puspita (2015) berpendapat bahwa media baru memiliki keunggulan pada sifatnya yaitu **real-time**. Para penggunanya dapat mendapatkan informasi dan berkomunikasi dengan cepat, kapan pun dan dimana saja. Hal ini merupakan salah satu keunggulan mutlak yang memberikan kemudahan yang sangat besar bagi para penggunanya. Sementara itu McQuail (2011) memberikan pendapatnya bahwa *new media* atau media baru yang didefinisikan ialah media yang dalam penggunaannya memanfaatkan seperangkat teknologi komunikasi terapan dimana dalam waktu ke waktu akan terus semakin mengalami perkembangan dan keberagaman. Ciri khas utama dari *new media* diantaranya yakni: **Kesalingterhubungan dan terbuka**. Kesalingterhubungan dan terbuka yang dimaksud disini yakni aksesnya terhadap individu luas yang berperan sebagai individu penerima maupun individu pengirim pesan, interaktivitasnya, memiliki keberagaman yang luas; **Tak terbatas ruang**. Yang dimaksudkan dari tak terbatas yaitu secara penggunaannya yang dapat berada dimana saja (*decolatedness*).

C. Jurnalistik Online dan Media Online

McQuail (2011) memberikan pendapatnya bahwa internet telah mengklaim peran sebagai status paling utama pada adanya media baru sekaligus mencakup media massa. Hal tersebut terjadi lantaran internet memiliki tingkat efisiensi yang lebih besar, kecepatan, dan kapasitas. Selain itu juga mampu membuka adanya kemungkinan baru bagi konten, penggunaan, dan efek. Sementara itu Craig (2005) juga mengatakan bahwa kehadiran dan kemajuan teknologi serta internet dapat mempengaruhi dunia jurnalistik, salah satunya yakni dapat memperluas makna dari beberapa nilai penting berita, seperti gagasan mengenai ketepatan waktu berita telah mampu didefinisikan ulang. Serta konsep kedekatan yang juga berubah. Menurut Lister (2009) bahwa terdapat beberapa faktor penting pada media baru, anatara lain: Digital, Interaktivitas, Hipertekstual, Jaringan, Virtual, Disimulasikan.

1. Media Online

Media online menggunakan wadah atau *platform* yang berbeda dengan yang digunakan media tradisional lainnya. Oleh sebab itu media online sendiri memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan media sebelumnya. Mike Ward dalam Romli (2012:25) menyebutkan beberapa karakteristik media online tersebut, antara lain: *Immediacy, Multiple Pagination, Multimedia, Flexibility Delivery Platform, Archeiving, Relationship with Reader*.

D. Berita

Pada dasarnya berita merupakan fakta yang didasari pada suatu kejadian dan situasi yang aktual serta akurat. Proses atau tahapan dalam sebuah produksi pemberitaan pada dasarnya sama, berita juga diharuskan untuk memiliki isi yang berimbang, baik pada penekanan isu maupun kelengkapan informasinya. Dengan memberikan berita yang memiliki bobot berimbang, maka pembaca akan mendapatkan pemahaman yang seimbang pula atau adil (*fair*) terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Hal tersebut juga menyebabkan berita perlu disajikan secara pandangan objektif, ringkas, jelas dan padat. (Rolnicki, Tate & Taylor, 2008). Menurut Bungin (2008), menjelaskan bahwa tahapan produksi yang umum dilakukan atau lazim disebut Standard Operation Procedure (SOP) diantaranya yakni:

1. **Pre Production Planning (Pra-Produksi).** Pada tahap ini biasa disebut juga sebagai tahap sebuah perencanaan. Pada *preproduction planning* terdapat beberapa aktivitas seperti perancangan atau penentuan ide, perencanaan, dan persiapan.
2. **Production (Pelaksanaan Produksi).** Usai ditentukan ide pada tahap *preproduction planning*, maka tahap selanjutnya yakni siap untuk menginjak tahap pelaksanaan produksi. Pada tahapan ini mulai melaksanakan rencana atau tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Selain itu, pada tahap ini juga merupakan tahap mulai disusunnya sebuah perancangan produksi sebelum masuk dalam proses editing atau penyuntingan.
3. **Post Production (Pasca Produksi).** Tahap pasca produksi ialah dimana sebuah rancangan produksi sudah direncanakan, disusun, dan disiapkan secara rapih, yang dimana diinput dalam sebuah kerangka naskah. Pada tahapan ini terdapat proses penyuntingan atau editing yang kemudian diterbitkan atau dipublikasi. Pasca produksi biasa juga disebut sebagai tahap akhir atau penyempurnaan dari sebuah aktivitas produksi. Tahap ini dinilai penting karena sebagai sebuah *preview* pada sebuah pematangan produksi sebelum disajikan kepada khalayak luas.

Pada penyusunannya, naskah berita memiliki strukturnya menurut Rosihan Anwar (1984) yang menyatakan bahwa dalam menulis sebuah berita wartawan harus menguasai bangunan berita bentuk piramida terbalik yang terdiri atas: *Headline* (Judul Berita), *News Lead* (Teras Berita), *News Body* (Isi Berita), *Leg* (Informasi Tambahan).

E. UMKM

Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan suatu usaha yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi berbagai kriteria Usaha Mikro yang telah diatur undang-undang tersebut. Kemudian terdapat sebuah usaha kecil, dimana dalam usaha tersebut terdapat aktivitas ekonomi yang dalam kepemilikannya berdiri sendiri, atau menjadi salah satu anak dari suatu badan usaha maupun perusahaan. Terakhir, terdapat usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Didalam perannya, secara umum UMKM memiliki peran yang dinilai cukup penting, yakni sebagai sebuah usaha kecil yang menyediakan lapangan kerja; berkontribusi dalam perekonomian daerah dan mendukung adanya pemberdayaan masyarakat; menciptakan suatu pasar baru; serta UMKM cukup memiliki kontribusi dalam PDB dan neraca pembayaran.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam proses produksi artikel berita mengenai UMKM ini, penulis menggunakan jenis data primer dengan melakukan teknik wawancara tidak terstruktur dan mendalam terhadap pelaku UMKM Shintas Woven Bag dan UMKM Putra Insan Keramik & Craft Jogja yang merupakan narasumber perwakilan pelaku UMKM di Yogyakarta. Sementara itu, penulis mendapatkan data sekunder dengan melakukan studi pustaka dan observasi melalui literasi data informasi pada buku, internet, jurnal, serta akun media sosial.

Pada perancangan ini, penulis telah menentukan subjek sebagai pendukung dalam produksi artikel berita. Subjek yang ditentukan penulis pada perancangan ini yakni Tim 7 selaku pelaksana produksi artikel berita serta pewawancara narasumber. Sementara itu, penulis juga memilih dua perwakilan pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dijadikan narasumber serta diwawancarai terkait informasi UMKM yang sedang digeluti yakni UMKM Shintas Woven Bag dan UMKM Putra Insan Keramik & Craft Jogja. Sementara itu, objek yang akan digunakan yakni jenis produksi yang akan dilakukan oleh penulis yaitu produksi artikel berita yang nantinya akan dipublikasikan di portal Pikiran-Rakyat.com. Artikel berita tersebut disusun dengan struktur berita dimulai dari *Headline* (judul berita), *News Lead* (teras berita), *News Body* (isi berita), *Leg* (informasi tambahan). Artikel berita yang diproduksi oleh penulis memiliki fokus pemuatan berita mengenai usaha yang sedang dilakoni oleh narasumber pelaku UMKM di Yogyakarta. Dimana tim 7 (pewawancara) dan narasumber akan bercerita mengenai profil, perkembangan, keadaan pasca pandemi Covid-19, serta target maupun harapan untuk masa yang akan datang terkait bisnis yang sedang dilakoni oleh narasumber. Serta fokus perancangan ini yaitu manajemen redaksional dalam pemberitaan UMKM di Pikiran-Rakyat.com.

Di dalam produksinya, terdapat beberapa tahapan seperti pra produksi yang didalamnya terdapat aktivitas menentukan ide tema berdasarkan urgensi atau kepentingan dan melakukan riset data yang akan menjadi dasar untuk

pelaksanaan produksi. Selanjutnya ada tahap produksi, yang di dalamnya terdapat proses penugasan wartawan atau *content creator* yang bertugas sebagai reporter, selain itu pada tahap produksi juga terdapat proses wawancara guna mendapatkan informasi atau data untuk kemudian diolah menjadi suatu naskah berita. Tahap terakhir yakni pasca produksi, dimana terdapat aktivitas editing atau penyuntingan yang dilakukan untuk mengolah naskah berita menjadi sesuatu output berita yang lebih matang hingga akhirnya masuk pada proses akhir yakni review dan publikasi. Review dilakukan untuk memutuskan sebuah berita telah siap untuk dipublikasi atau tidak, sehingga nantinya saat berita dipublikasi akan menyajikan berita yang optimal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil karya dari tugas akhir penulis berupa artikel berita sebanyak dua judul artikel berita yang mengangkat tema pembahasan mengenai UMKM di daerah Indonesia dan kemudian menghasilkan produksi artikel berita yang berjudul “UMKM Shintas Woven Bag: Berawal dari Pandemi hingga Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga” sebagai artikel berita 1 dan “Tembus Pasar Internasional, Simak Kisah Sukses Pelaku UMKM yang Menjadi Pengerajin Gerabah” sebagai artikel berita 2. Hasil dari produksi artikel berita tersebut kemudian dipublikasi pada portal Pikiran-Rakyat.com sebagai portal utama yang dimiliki oleh Pikiran Rakyat Media Network. Dalam proses produksi artikel berita, dilaksanakan dengan menyesuaikan tahapan produksi yang umum dilakukan atau sesuai dengan *Standard Operation Procedure (SOP)* menurut Bungin (2008) yakni meliputi: *Pre Production, Planning* (Pra-Produksi), *Production* (Pelaksanaan Produksi), *Post Production* (Pasca Produksi).

Pada tahap pra produksi artikel berita 1 dan artikel berita 2 terdapat proses penentuan tema dan riset data. Pada proses penentuan tema yang akan digunakan dalam pembuatan artikel berita, penentuan tema tersebut didasari oleh permasalahan atau hambatan yang dialami oleh Pikiran Rakyat Media Network sebagai salah satu media massa digital. Dimana dalam penentuan tema yang dipilih juga merupakan solusi untuk memecahkan atau mengurangi hambatan yang ada. Dilain sisi, pemecahan solusi tersebut juga merupakan tujuan atau urgensi dari adanya produksi artikel berita ini. Urgensi yang mendasari penentuan tema yang diangkat diantaranya yakni pentingnya pembaruan database UMKM daerah di Indonesia untuk arsip mitra demi mendukung produksi-produksi dimasa yang akan datang. Serta senada dengan Visi dari Pikiran Rakyat Media Network sebagai media yang mendukung pergerakan ekosistem kemandirian ekonomi di seluruh Indonesia, salah satunya yaitu dengan mendukung perkembangan bisnis pelaku UMKM di daerah juga menjadi alasan penentuan tema pada produksi artikel berita ini. Sementara itu pada proses riset data, riset data dilakukan untuk membuat suatu persiapan sebelum melakukan sebuah produksi artikel berita. Riset yang dilakukan seperti mencari dan mengumpulkan database UMKM sebagai dasar awal dalam membuat batasan pembahasan, membuat pertanyaan wawancara, penentuan narasumber. Hal-hal tersebut dilakukan untuk mengurangi kendala yang terjadi pada tahap produksi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam proses penentuan tema dan riset data yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan tahapan Pra Produksi. Hal tersebut dibuktikan dari pemaparan di atas sesuai dengan maksud tahap Pra Produksi yang merupakan suatu penetapan perencanaan, persiapan, termasuk penentuan tema atau ide yang dapat mencerminkan visi ataupun misi dari media.

Selanjutnya pada tahap produksi artikel berita 1 dan artikel berita 2 terdapat proses penugasan *Content Creator* dan liputan atau wawancara. Pada proses penugasan *Content Creator* terdapat pembagian penugasan yang diberikan kepada peserta *internship Content Creator* Pikiran-Rakyat.com yakni sebagai wartawan berita. Dimana dalam penugasannya dibagi menjadi beberapa kelompok yang diklasifikasikan berdasarkan per-area yang menjadi tempat liputan lapangan. Pembagian area tersebut didasari oleh salah satu anggota tim yang merupakan asal daerah atau area tersebut. Dalam penugasan tersebut, *Content Creator* diberi tugas dan tanggung jawab untuk mencari, mengumpulkan, memilih, dan kemudian mengolahnya menjadi berita yang nantinya akan disajikan kepada khalayak luas. Dalam penugasannya, peserta *internship Content Creator* Pikiran-rakyat.com diberikali dengan surat pengantar kegiatan magang oleh Tim Redaksi PRMN yang berfungsi untuk mendukung kelancaran dalam melakukan liputan. Selain itu surat tersebut juga berfungsi sebagai dokumentasi keabsahan penulis dalam melaksanakan liputan kegiatan magang. Sementara itu pada proses wawancara, wawancara tersebut dilakukan dengan berbekal surat pengantar kegiatan magang. Dalam melakukan wawancara tersebut, penulis memiliki maksud yakni untuk mendapatkan informasi atau data mengenai tema berita yang telah ditentukan. Informasi dan data tersebut berasal dari narasumber yang telah bersedia menjadi narasumber dengan ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Wawancara merupakan salah satu teknik dari liputan berita, yang dapat dilakukan secara langsung maupun daring terhadap narasumber. Hasil dari wawancara tersebut nantinya akan menjadi bahan dari penyusunan naskah berita untuk diolah menjadi naskah berita

yang matang sehingga optimal untuk disajikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada proses penugasan *Content Creator* dan proses wawancara sesuai dengan tahapan Produksi. Hal tersebut terbukti dengan pemaparan diatas sesuai dengan maksud tahap Produksi yang merupakan suatu langkah pencapaian tujuan dan tahap pembentukan/pencarian bahan karya sebelum nantinya masuk pada proses penyuntingan atau editing.

Yang terakhir, terdapat tahap pasca produksi artikel berita 1 dan artikel berita 2 terdapat proses penugasan editing dan review publikasi. Pada proses editing juga biasa disebut sebagai proses penyuntingan. Dimana pada proses ini dibagi menjadi 2 tahap. Tahap pertama dilakukan oleh penulis yang bertugas mengolah dan menyusun hasil wawancara menjadi naskah berita yang lebih dari beserta usual berita yang sesuai dengan berita yang dimuat. Sementara pada tahap 2, editing dilakukan oleh Tim Editing Redaksi PRMN yang melakukan editing terhadap naskah berita yang sebelumnya telah disusun oleh penulis guna diperiksa kembali akurasi kalimat, tata bahasa, struktur pelaporan, gaya penulisan, hingga pemberian saran pada desain *cover* yang akan digunakan pada display berita. Hasil dari editing naskah tersebut kemudian diserahkan pada Tim Redaksi PRMN untuk di *review* serta ditentukan kelayakan publikasinya. Serta pada proses terakhir, terdapat *review* dan publikasi berita. Dimana pada tahap tersebut dilakukan *review* kembali terhadap naskah berita yang sudah melalui editing sebelumnya untuk benar-benar memastikan bahwa berita dapat diputuskan untuk layak penerbitan. Setelah sudah mendapatkan putusan bahwa naskah berita layak untuk diterbitkan maka naskah berita tersebut akan segera dipublikasi oleh Tim Redaksi PRMN pada portal Pikiran-Rakyat.com sehingga dapat diakses oleh khalayak luas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada proses editing dan review publikasi, proses sesuai dengan tahapan Pasca Produksi. Hal tersebut dibuktikan dengan pemaparan di atas yang sesuai dengan maksud tahap Pasca Produksi yang merupakan suatu langkah penyusunan dan penyiapan naskah secara rapih dan matang. Serta pada tahap pasca produksi pula, proses penyempurnaan atau kematangan karya dilakukan hingga karya akhirnya diterbitkan atau dipublikasikan kepada khalayak luas.

Sedangkan jika membahas mengenai hasil karya produksi artikel berita 1 dan artikel berita 2 dipublikasi pada tanggal 31 Desember 2022 di portal Pikiran-Rakyat.com. Penulis menganalisis perkembangan portal Pikiran-Rakyat.com menggunakan *Google Analytics* mengenai minat audien terkait pembahasan UMKM. *Google Analytics* menunjukkan bahwa sebanyak 23.115.015 halaman konten dengan kata kunci 'UMKM' yang dimuat oleh Pikiran Rakyat Media Network melalui portal Pikiran-Rakyat.com telah diakses pada periode 1 Januari 2022 – 31 Desember 2022. Dengan grafik yang cenderung naik dan stabil bahkan meningkat pada saat-saat tertentu. Berkaitan dengan itu publikasi artikel berita 1 menghasilkan audiens pembaca sebanyak 108 halaman konten dimuat dengan rentang waktu dua hari setelah publikasi artikel berita pada 31 Desember 2022. Sedangkan publikasi pada artikel berita 2 menghasilkan audiens pembaca sebanyak 157 halaman konten dimuat dengan rentang waktu dua hari setelah publikasi artikel berita pada hari yang sama dengan artikel berita 1 yaitu pada 31 Desember 2022.

Dari hasil analisis tersebut, artikel berita 2 lebih banyak memiliki minat audien dibandingkan dengan artikel berita 1. Hal tersebut dapat disebabkan karena beberapa faktor, seperti nilai berita yang dimiliki artikel berita 2 berbeda dengan nilai artikel berita 1. Dari hasil analisis data yang tersaji, *Content Creator* atau wartawan perlu melakukan riset yang lebih mendalam dan peningkatan nilai berita agar dapat meningkatkan audiens pembaca mengenai pembahasan UMKM di Indonesia namun juga mengenai pembahasan lainnya yang dipublikasikan di Portal-Pikiran-Rakyat.com

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Masing-masing judul artikel berita memiliki fokus pembahasannya sendiri yang diangkat dalam inti artikel berita tersebut. Menurut hasil dari grafik pemuatan konten berita, artikel berita dengan judul "Tembus Pasar Internasional, Simak Kisah Sukses Pelaku UMKM yang Menjadi Pengerajin Gerabah" lebih banyak menghasilkan minat pembaca dibandingkan dengan artikel berita yang berjudul "UMKM Shintas Woven Bag: Berawal dari Pandemi hingga Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga". Dapat disimpulkan bahwa setiap produksi artikel berita, selalu memiliki unsur nilai berita yang berbeda-beda. Sehingga hal tersebut juga dapat mempengaruhi minat audien atau pembaca artikel. Selain itu isi dari artikel berita ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai menariknya pembahasan isu-isu UMKM, hingga luar biasanya power yang dimiliki oleh UMKM. Serta di dalam proses produksinya telah berhasil menerapkan tahapan produksi sesuai *SOP*, dibuktikan dengan penerapan tahap-tahapan yang sesuai dengan tahapan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi pada setiap proses produksinya. Untuk perancangan kedepannya, penulis berharap dapat mengkaji lebih dalam mengenai dapur redaksi.

REFERENSI

- Annur, C. M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Anwar, Rosihan. 1984. Bahasa Jurnalistik dan Komposisi. Jakarta: Pradaya. <https://tambahpinter.com/struktur-penulisan-berita/>
- Bungin, Burhan. 2008. Sosiologi Komunikasi, Cet Ke-3. Jakarta: Kencana.
- Craig, R. (2005). Online Journalism: Reporting, writing, and editing for new media. Wadsworth
- Indonesia, R. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Lister. M. et al. (2009). New Media: A Critical Introduction 2nd Edition. New York: Routledge.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa (ed 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- Puspita, Yesi. 2015. Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203-212. Retrieved from <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1180306/256>
- Ramadhana, Maulana R. 2018. *Psikologi Komunikasi: Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Yogyakarta: Phoenix Publisher.
- Romli, M., & Syamsul, A. (2012). Jurnalistik Online: Jurnalistik Masa Depan. *Nuansa Cendekia Rosdakarya*.
- Sumandiria, M. (2008). Si, Drs. AS Haris. Jurnalis Indonesia: menulis berita dan feature. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Cetak ke-3.